

Prosiding Seminar Bisnis & Teknologi ISSN : 2407-6171

SEMBISTEK 2014 IBI DARMAJAYA

Lembaga Pengembangan Pembelajaran, Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat, 15-16
Desember 2014**PEMBANGUNAN CYBER MARKET UNTUK
MENUNJANG PEMASARAN DAN PROMOSI
PRODUK HOME INDUSTRY DI KAWASAN SENTRA
KERIPIK BANDAR LAMPUNG****Sutedi¹***Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer**Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya**Jl. Z.A Pagar Alam No 39 Bandar Lampung Indonesia 35142**[Tel: +62 721 787214](tel:+62721787214) Fax: +62 721 700261 ext. 235**Email: sutedi@darmajaya.ac.id***ABSTRAK**

Sentra Keripik Bandar Lampung adalah kawasan yang merupakan pusat penjualan produk hasil home industry yang berupa keripik pisang dengan berbagai macam rasa dan keripik lainnya. Kelezatan keripik Lampung sudah lama dikenal oleh masyarakat Lampung maupun juga diluar Lampung. Keripik Lampung sering kali dibawa sebagai buah tangan khas Lampung yang sangat diminati. Sampai saat ini proses promosi dan penjualan produk home industry tersebut masih dilakukan secara konvensional. Belum dimanfaatkannya teknologi informasi untuk menunjang proses promosi dan penjualan produk di Sentra Keripik Bandar Lampung disebabkan kurangnya edukasi dan kemampuan secara ekonomi para penjual dalam mengembangkan aplikasi berbasis teknologi informasi. Hal tersebut menarik perhatian tim peneliti untuk mencari solusi agar dapat membantu para penjual di Sentra Keripik Bandar Lampung dalam mengembangkan aplikasi pendukung proses promosi dan penjualan yang dapat diandalkan namun tetap terjangkau.

Cyber market dirancang agar dapat digunakan secara bersama dengan sistem sewa aplikasi yang tetap memperhatikan privasi dan keamanan data masing-masing. Dengan cyber market ini diharapkan para penjual dapat memperluas wilayah jangkauan promosi dan pemasaran mereka melalui sistem yang membutuhkan peralatan minimalis.

Kata kunci: *promosi, pemasaran, cyber market, keripik*

ABSTRACT

Sentra Keripik Bandar Lampung is the area that is the center of home industry product sales results in the form of banana chips with a variety of flavors and other chips. Lampung chips delicacy has long been recognized by the community as well as the outside of Lampung. Lampung chips often taken as souvenirs Lampung highly desirable. Until now the process of promotion, and sales of home products industry is still done conventionally. Information technology has not been exploited to support the process of promotion and sale of products in Sentra Keripik Bandar Lampung due to lack of education and economic ability of vendors to develop applications based on

information technology. It attracted the attention of researchers to find solutions to help the seller in Sentra Keripik Bandar Lampung in the process of developing applications supporting the promotion and sale of reliable yet affordable. Cyber market are designed to be used in conjunction with a lease application taking into account the privacy and security of data respectively. With cyber market is expected that the seller can extend the coverage area of promotion and marketing them through a system that requires minimal equipment.

Keywords: promotion, marketing, cyber market, chips

1. PENDAHULUAN

Lampung selain dikenal sebagai daerah penghasil kopi dan durian juga merupakan daerah penghasil pisang yang cukup produktif. Selain dikirim ke berbagai daerah untuk memenuhi kebutuhan buah pisang segar, sebagian hasil panen diolah sebagai panganan lezat yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Keripik pisang Lampung sudah cukup dikenal dan diminati oleh masyarakat Lampung maupun juga di luar Lampung. Panganan ini sering kali dibawa dan dijadikan buah tangan khas Lampung dengan harga yang relatif terjangkau. Variasi rasa yang awalnya hanya terdiri dari tiga macam pilihan (original, coklat dan keju), kini menjadi lebih banyak pilihan sehingga membuatnya menjadi semakin diminati masyarakat.

Pada mulanya kawasan Sentra Keripik Lampung terbentuk secara spontan dari munculnya beberapa kedai keripik sederhana dipinggiran jalan Z.A. Pagar Alam atau yang lebih dikenal oleh masyarakat Lampung dengan sebutan Gang P.U. Seiring dengan semakin banyaknya penjual dan pembeli yang mengetahui serta datang ke wilayah tersebut, akhirnya Pemerintah Kota Bandar Lampung menetapkan wilayah tersebut sebagai Sentra Keripik Bandar Lampung dibawah binaan PTPN VII.

Industri rumahan (*home industry*) dan para penjual keripik di wilayah Sentra Keripik Bandar Lampung saat ini masih memasarkan dan mempromosikan produk mereka dengan cara konvensional yaitu dengan memajang dan menjajakannya di toko maupun kedai yang berjajar disepanjang jalan Z.A Pagar

Alam tersebut. Kurangnya pengetahuan dan kemampuan dibidang teknologi informasi (IT) serta kemampuan ekonomis mereka merupakan faktor utama yang menyebabkan mereka belum memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana alternatif dalam memasarkan dan mempromosikan produk-produk yang dihasilkan. Meskipun hanya dengan cara konvensional saja mereka sudah mampu memasarkan produknya dengan baik, namun pemanfaatan teknologi informasi menjadi peluang yang sangat potensial dalam peningkatan pendapatan dan memperluas jangkauan wilayah pemasaran mereka.

Terkait dengan kendala di atas, kami tim peneliti tergerak dan berkeinginan membantu mencari solusi agar teknologi informasi dapat dimanfaatkan sebagai *alternative chanel* dalam memasarkan dan mempromosikan produk hasil *home industry* tersebut dengan biaya pengembangan dan operasional yang terjangkau serta tidak terlalu membebani. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Memperluas Jangkauan Wilayah Pemasaran dan Promosi serta Meningkatkan Volume Penjualan Produk *Home Industry* di Kawasan Sentra Keripik Bandar Lampung Melalui Pembangunan *Cyber Market*”. Ruang lingkup penelitian ini meliputi proses analisis kebutuhan sampai dengan perancangan perangkat lunak berbasis *web* yang mengadopsi model layanan *Software as a Service* (SaaS) dalam bentuk *Community cloud*.

Beberapa penelitian pendahulu yang relevan antara lain sebagai berikut.

- a. Supradono, Bambang dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Pemasaran Lewat *Internet* (*Cyber Marketing*)” menjelaskan beberapa ide agar situs *web* dikenal dengan mudah yaitu sebagai berikut.
 1. *Do a competitive analysis and remember content is king.*
 2. *The name of the game is the domain.*
 3. *Have you considered professional help?*
 4. *Don't waste your time, do a timeline.*
 5. *Encourage bookmarking and promise something new.*
 6. *Respond, respond, respond.*

7. *We've got your what's new lists right here.*
 8. *Build an honor roll.*
 9. *Bundle with like-minded sites.*
 10. *Go on the circuit.*
- b. Pada penelitian lain yang dilakukan oleh Siang, Viviliana beserta Susanto, Margareta dan Ricoida, Desi Iba dengan judul “Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis *Web* pada Pempek Nony 168 Palembang”, dijelaskan bahwa sistem informasi penjualan berbasis *web* yang dirancang dapat memperluas promosi penjualan pempek, mempermudah agar pelanggan yang berada diluar kota Palembang dapat melakukan transaksi penjualan dan meningkatkan pendapatan perusahaan.
- c. Menurut Santoso, Danar dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis dan Perancangan Toko *Online* Berbasis *Web* sebagai Sarana Pemasaran dan Promosi pada Distro Enkol Urban Wear Yogyakarta” disimpulkan beberapa hal berikut.
1. Dengan adanya sistem pemasaran berbasis *web*, dapat mempermudah konsumen maupun calon konsumen untuk memperoleh informasi maupun layanan.
 2. Penerapan sistem ini mempermudah para pelanggan dalam melakukan pemesanan produk kapan pun dan dimana pun.
 3. Program ini ditujukan sebagai sistem pendukung dalam hal pemasaran dan pemesanan produk dengan segala kemudahan.
 4. Sistem yang dibuat berfungsi sebagai perluasan dari sistem manual yang sudah berjalan dalam hal promosi dan pemberian layanan kepada konsumen yang tidak mungkin dilakukan secara manual.
- d. Prasetyo, Andri Budi dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Promosi *Online* pada Sanggar Sanjaya-Muntiran menyimpulkan sebagai berikut.

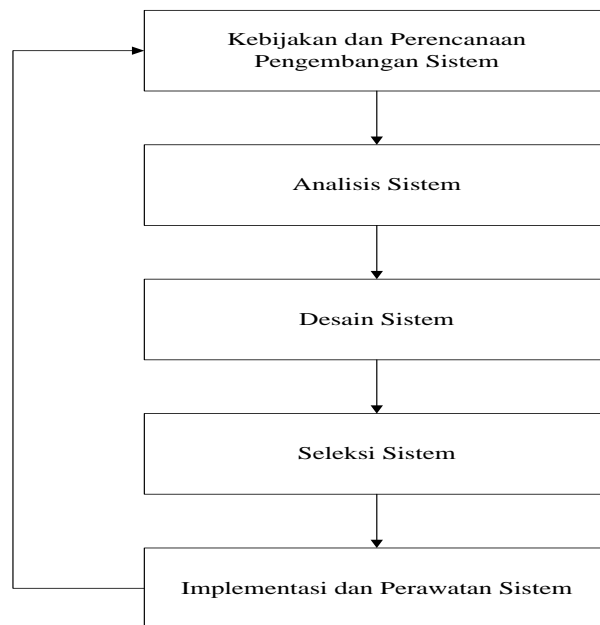
1. Sistem informasi promosi berbasis *website* yang dibangun dapat memperluas jangkauan penyampaian informasi perusahaan dan berfungsi sebagai media promosi perusahaan yang efektif.
2. Sistem informasi dan promosi yang dibangun memberi kemudahan untuk melakukan update informasi mengenai barang khususnya bagi orang yang berada jauh dari tempat dimana perusahaan Sanggar Sanjaya berada.
3. Sistem informasi dan promosi memudahkan pengunjung atau *user* untuk melihat dan membaca mengenai barang dan informasi yang diberikan oleh Sanggar Sanjaya.

Selain penelitian di atas, masih banyak lagi penelitian lainnya yang berkaitan dengan pemasaran dan promosi secara *online*, namun dapat dijelaskan bahwa hal mendasar yang membedakan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah bahwa sistem yang dirancang bangun pada penelitian ini ditujukan untuk *multi client*, dimana tidak cuma satu perusahaan yang dapat mempromosikan dan memasarkan produknya pada sistem yang dibangun melainkan dapat digunakan secara bersama tanpa mengabaikan privasi dan faktor keamanan data masing-masing.

2.METODE PENELITIAN

Guna menunjang penelitian ini, diperlukan pengumpulan data. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara observasi dan melakukan studi literatur dari berbagai sumber yang relevan.

Metode pengembangan sistem yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis dan desain sistem terstruktur. Berikut adalah siklus pengembangan sistem yang menjadi urutan tahapan dalam metode analisis dan desain sistem terstruktur.



Gambar 1. Siklus Pengembangan Sistem

Pendekatan pengembangan sistem yang digunakan pada penelitian ini, antara lain sebagai berikut.

- Pendekatan Terstruktur, dimana proses analisis maupun desain dilakukan tidak hanya mengikuti siklus hidup pengembangan sistem saja melainkan juga dilengkapi dengan alat dan teknik yang memadai untuk mendukung proses yang dilakukan di setiap fase pengembangan sistem.
- Pendekatan *Top-down*, dimana pengembangan sistem dilakukan mulai dari perumusan informasi atau keluaran sistem yang akan dihasilkan, kemudian dilakukan pengumpulan data-data pendukungnya.
- Pendekatan *Moduler*, dimana pengembangan sistem dilakukan secara bertahap modul per modul sehingga sistem yang kompleks tetap dapat diselesaikan dalam keterbatasan sumber daya yang ada.

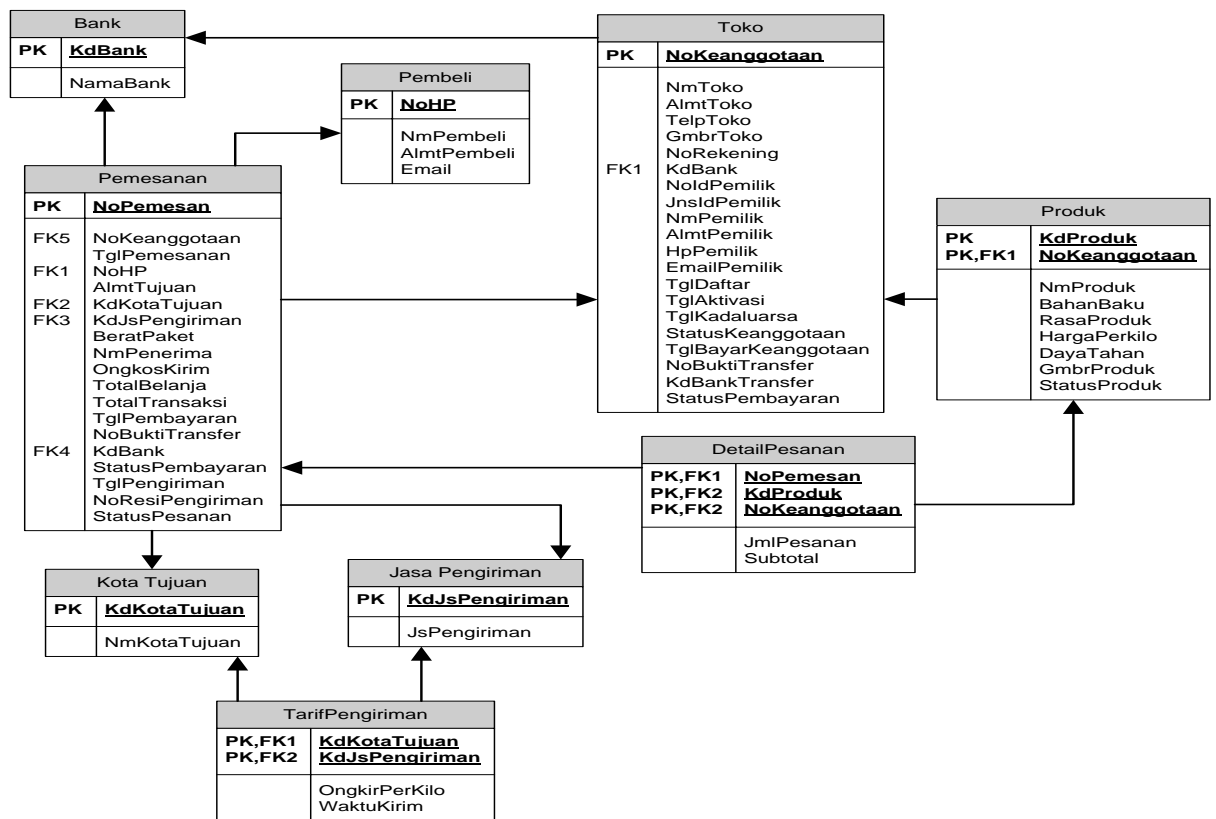
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Guna menunjang pemasaran dan promosi produk *home industry* di Kawasan Sentra Keripik Bandar Lampung, maka pada bab ini akan dijelaskan

mengenai desain aplikasi berbasis *web* yang dirancang untuk keperluan tersebut. Rancangan aplikasi tersebut antara lain meliputi desain *layout web*, desain *database*, desain model dan desain logika program yang diperlukan.

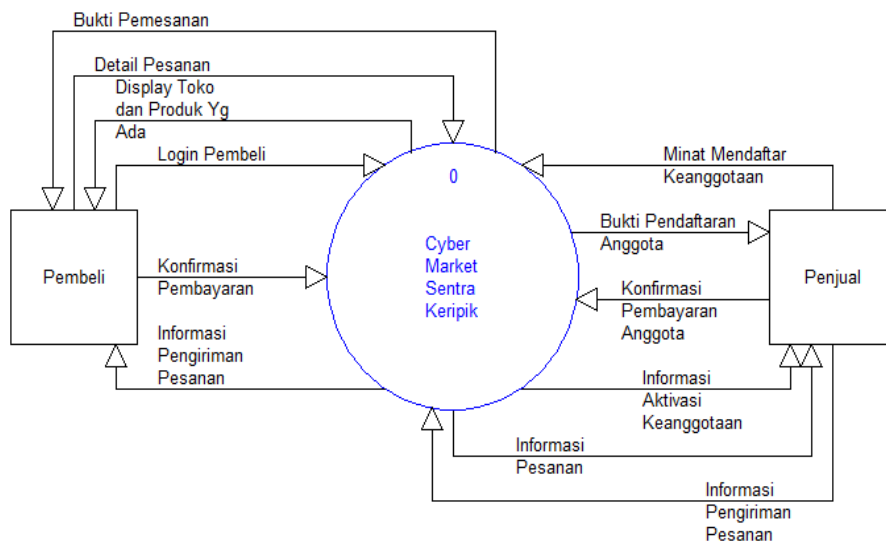
Desain *layout web* yang perlu dibangun untuk *Cyber Market* Sentra Keripik Bandar Lampung antara lain; Halaman Utama *Cyber Market* Sentra Keripik Bandar Lampung, Halaman *Login*Pembeli, Halaman Utama Layanan Pembeli, Halaman Utama Toko, Halaman PemesananProduk, Halaman Keranjang Pesanan, Halaman Keranjang Pesanan, Halaman Konfirmasi Pembayaran Pesanan, Halaman Informasi Pesanan, Halaman Utama Layanan Toko, Halaman Pendaftaran Toko, BuktiPendaftaran Keanggotaan, Halaman Konfirmasi Pembayaran Keanggotaan, BuktiPendaftaran Keanggotaan, Halaman Pengelolaan Produk, Halaman Pengelolaan Data Pesanan, Halaman Pemrosesan Pesanan, Halaman *Login*Admin, Halaman Utama Layanan Admin, Halaman Cek Pendaftaran & Aktivasi Keanggotaan, Halaman Cek Keanggotaan Kadaluarsa, Halaman Pengelolaan Data Kota Tujuan, Halaman Pengelolaan Jasa Pengiriman, Halaman Pengelolaan Tarif Jasa Pengiriman dan Halaman Pengelolaan Data Bank.

Desain *database* yang ditujukan untuk mendukung aplikasi *cyber market* yang diusulkan divisualisasikan dalam bentuk relasi antar tabel dengan memperhatikan dan mengimplementasikan kaidah-kaidah teknik normalisasi. Desain *database* tersebut dapat dilihat pada Gambar 2.

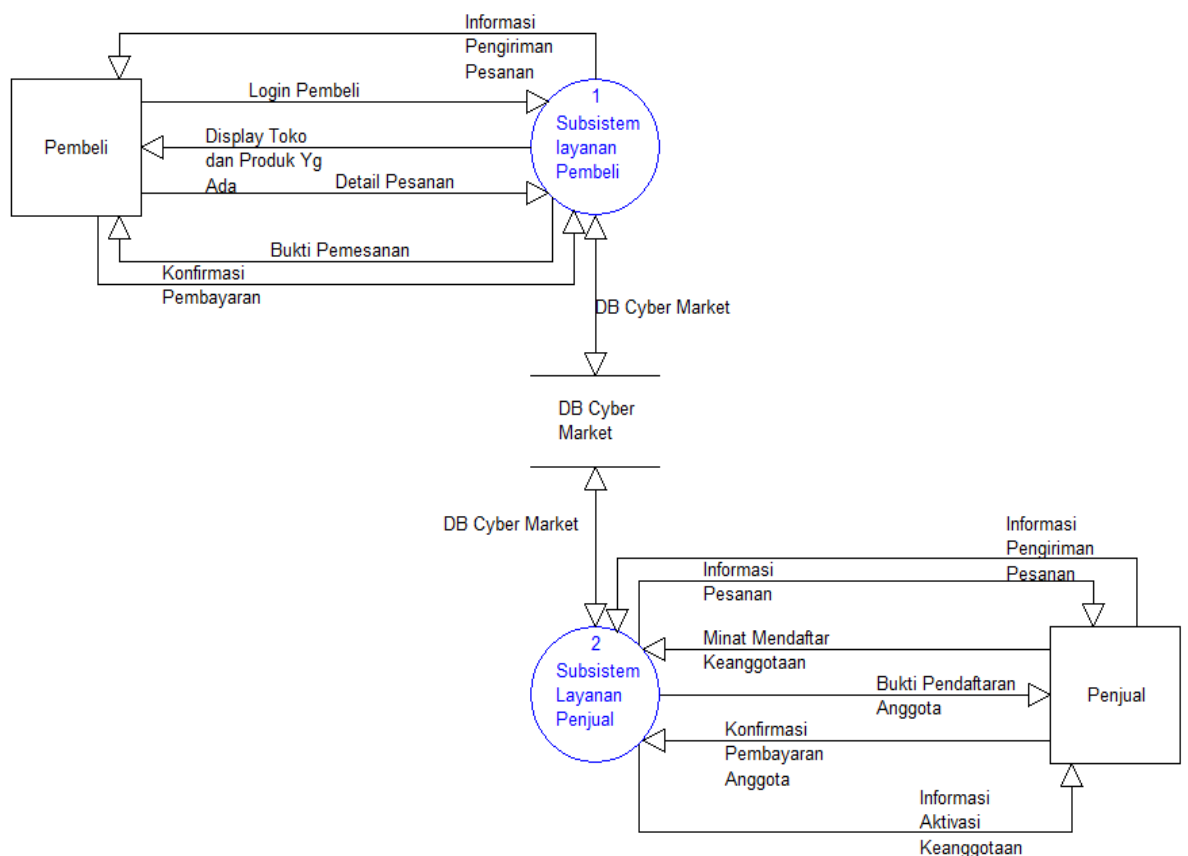


Gambar 2. Desain Database

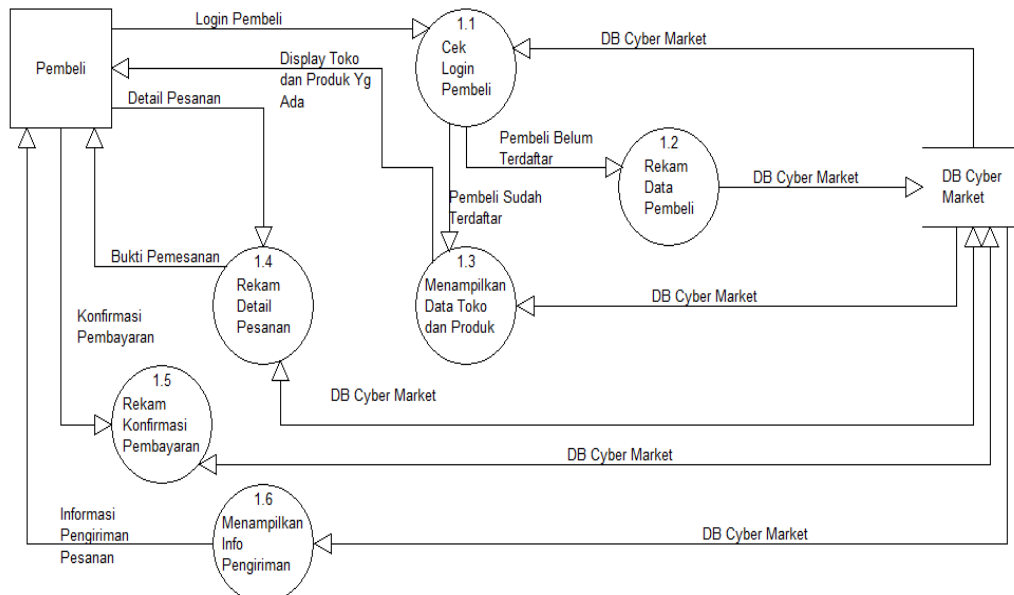
Model sistem yang diusulkan menggambarkan alur prosedur yang menunjukkan bagaimana sistem berinteraksi dengan pihak-pihak yang terkait. Desain model sistem ini divisualisasi menggunakan *context diagram* dan *data flow diagram* (DFD).



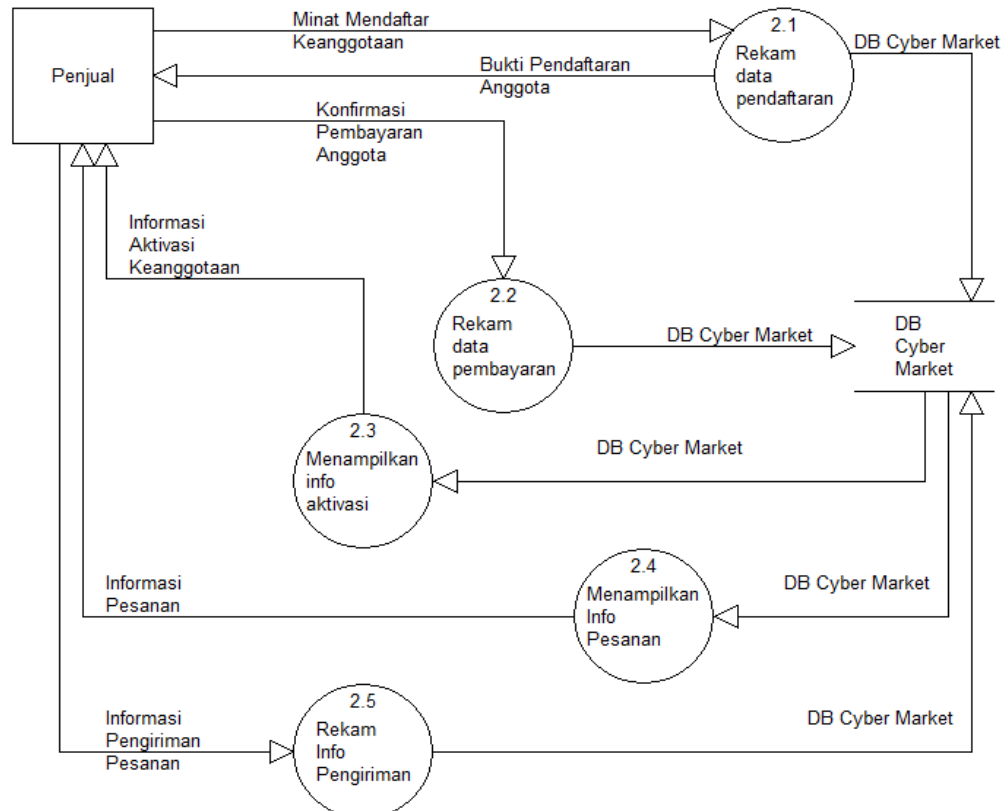
Gambar 3. Context Diagram



Gambar 4. DFD Level-0



Gambar 5. DFD Level-1 Sub Sistem Layanan Pembeli



Gambar 6. DFD Level-1 Sub Sistem Layanan Penjual

Rancangan logika program yang diperlukan untuk dapat merealisasikan aplikasi *cyber market* yang diusulkan adalah sebagai berikut: Logika Program Halaman Utama, Logika Program Layanan Pembeli, Logika Program Keranjang Pesanan, Logika Program Konfirmasi Pembayaran Pesanan, Logika Program Layanan Penjual, Logika Program Pendaftaran Toko/Penjual, Logika Program Konfirmasi Pembayaran Keanggotaan Toko, Logika Program Pengecekan Status dan Update Data Toko, Logika Program Pengelolaan Produk Toko, Logika Program Pengelolaan Pesanan Toko, Logika Program Layanan Admin, Logika Program Aktivasi Keanggotaan Toko, Logika Program Pengecekan Kadaluaarsa Keanggotaan Toko, Logika Program Pengelolaan Data Kota Tujuan, Logika Program Pengelolaan Data Jasa Pengiriman, Logika Program Pengelolaan Data Bank dan Logika Program Pengelolaan Data Tarif.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan sampai dengan tahap ini, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan berikut.

- a. Aplikasi pendukung *cyber market* sangat mungkin diwujudkan dan bahkan dikembangkan untuk bidang usaha dan jenis produk lainnya.
- b. Aplikasi yang dibangun harus dapat melakukan pembagian hak akses secara baik dan menjamin keamanan data penggunaanya.

5. SARAN

Berikut adalah beberapa saran yang perlu diperhatikan.

- a. Perlu dilakukan analisis secara terinci terhadap kebutuhan data dan proses bisnis yang terkait agar sistem yang dikembangkan dapat benar-benar didesain sesuai kebutuhan penggunaanya.

- b. Perlunya melakukan diskusi dengan pengguna tentang hasil-hasil rancangan yang telah dibuat sehingga desain dapat terkoreksi dan dapat disempurnakan sesuai dengan masukan serta kebutuhan pengguna.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini dapat terlaksana atas dukungan berbagai pihak, oleh karenanya pada kesempatan ini kami tim peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada segenap pimpinan IBI Darmajaya, DIKTI atas dukungan financial yang diberikan kepada kami sehingga kami dapat melaksanakan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Dennis, Alan & Wixom, Barbara. 2003. *System Analysis & Design*, United States of America, Jhon Wiley & Sons, Inc.
- [2] Hartono, Jogyanto. 2005. *Analisis & Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis*, Yogyakarta, Penerbit Andi.
- [3] Ramakrishnan, Raghu. 2003. *Sistem Manajemen Database*, Yogyakarta, Penerbit Andi
- [4] Whitten, L., Jeffri., Bentley, D. Lonnie & Dittman, C. Kevin. 2004.